XII. JAHRGANG № 35 31. AUGUST 1912

SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K·)

REDAKTION UND ADMINISTRATION : BASEL, THIERSTEINERALLEE 14
DRUCK UND VERLAG : VERBAND SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K·)

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Nachfrage.

Für das Bureau eines Konsumvereins der italienischen Schweiz wird ein tüchtiger junger Mann, der die Handelsschule oder eine Lehrzeit absolviert hat, als **Volontär** gesucht. Salär nach Uebereinkunft; gute Gelegenheit die ital. Sprache zu erlernen. Anmeldungen mit Zeugniskopien und Referenzen sind sofort an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel unter Chiffre 200 zu richten.

Angebot.

Stellengesuch: Junge Verkäuferin mit guten Zeugnissen versehen, sucht Stelle in einem Konsumverein, würde event. ein kleineres Depot übernehmen. Eintritt könnte sofort geschehen. Offerten beliebe man unter B. G. 228 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel einzusenden.

Tüchtiger, jüngerer Kaufmann, z. Zt. Verwalter eines kleinern Konsumvereins, seit mehreren Jahren in genossenschaftlichen Betrieben mit Erfolg tätig, mit der Lebensmittel-, Manufaktur- und Schuhwarenbranche vertraut, in der Buchhaltung, sowie im Kassawesen versiert, wünscht seine Stelle zu ändern. Derselbe würde ein Engagement in einem ostschweizerischen Konsumverein, sei es als Verwalter, Buchhalter etc. vorziehen. Gute Referenzen und Zeugnisse zur Verfügung. Kaution kann geleistet werden. Offerten und Anfragen gefl. unter Chiffre V. Y. 2 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Treue, fleissige Tochter, die mehrere Jahre in grossem Konsumverein tätig war, sucht ähnliche Ladenstelle. Zeugnis und Diplom stehen zu Diensten.
Gefl. Offerten an L. Ellenberger, Frejastrasse 2, Oerlikon.

Ehepaar, tüchtig in Leitung eines Verkaufsgeschäftes, wünscht gutgehende Konsumfiliale in grösserer Ortschaft zu übernehmen. Antritt sofort oder nach Uebereinkunft. Offerten unter Chiffre K. S. 232 an den Verband schweiz. Konsumvereine, Basel.

Tüchtiger junger Kaufmann, verheiratet, zur Zeit Lagerverwalter einer grossen Firma der Kolonialwaren- und Kohlenbranche, seit 11 Jahren in derselben tätig, wünscht seine Stelle zu ändern. Würde eine solche als Konsum-Verwalter vorziehen. Gute Zeugnisse stehen zu Diensten. Kaution kann geleistet werden. Gefl. Offerten unter Chiffre H. K. 229 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Eine achtbare Tochter von angenehmem Aeussern, deutsch, französisch und italienisch sprechend, wünscht in Stellung zu treten als Lehrtochter, in einem grösseren Konsumverein. Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre A. B. 230 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Konsumgenossenschaftliche Rundschau

Organ des Zentralverbandes und der Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine **Hamburg**

Die „Konsumgenossenschaftliche Rundschau" erscheint wöchentlich 28—40 Seiten stark und ist das führende Fachblatt der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung. — Abonnementspreis für die Schweiz einschliesslich Zusendung unter Kreuzband **Mk. 1.65** p. Quartal.

Zum Abonnement ladet ergebenst ein

Verlagsanstalt d. Zentralverbandes deutscher Konsumvereine
von Heinrich Kaufmann & Co.
HAMBURG 1 * Besenbinderhof 52

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Buchdruckerei und Bureauartikel

Den tit. Vereinsverwaltungen empfehlen wir uns zur Anfertigung von Drucksachen aller Art wie:

Organische Reglemente für Kommissionen etc., Krankenkassen-Reglemente etc. Verwalter-Reglemente, Verkäuferinnen- und Dienst-Reglemente für Angestellte Besoldungs-Regulative, Reglemente für Milchlieferanten, Lieferanten-Verträge
Illustrierte Prospekte und Festschriften

Einkaufsbüchlein diverser Systeme, Anteilscheine Anteil-Guthabenbüchlein, Sparkassa-Reglemente Sparkassa-Büchlein, Obligationen, Statuten

Schemata für Mitgliederverzeichnisse, Registrierkarten, Bestellscheine, Retourscheine, Lieferungsscheine, Warenbücher, Warenlagerkarten, Formulare und Schemata für Bäckereien, Molkereien, Brennmaterialien und Schlächtereien

Buchhaltungs-Bücher, Plakate, Papiersäcke

Jahresberichte, Mitgliederkarten, Einladungskarten, Inventurbögen, Memoranden Briefbogen, Couverts, Wechselformulare, Quittungsformulare, Waren-Etiketten

Muster stehen zur Verfügung ▫ Prompte und gute Ausführung

SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

XII. Jahrgang | Basel, den 31. August 1912 | No. 35

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.— p. Jahr, Fr. 2.50 p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 6.50 p. Jahr.

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Der IX. ordentliche Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine. — Kleinhandel und Konsumvereine. — **Volkswirtschaft:** Die Lebensmittelverteurer an der Arbeit. — **Aus der Praxis.** — **Genossenschaftsbewegung des Auslandes:** Deutschland. — **Aus unserer Bewegung:** Bellinzona, Allgemeiner Konsumverein Herisau, Aus dem Bernbiet, Kirchberg, Beinwil, Gebenstorf. — **Sprechsaal:** Zur Mühlenfrage. — **Verbandsnachrichten:** Firmaänderung eines Verbandsvereins.

Der IX. ordentliche Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine

wurde in den Tagen vom 15.—19. Juni dieses Jahres in Berlin abgehalten.[1]) Es war das erstemal seit Bestehen des Zentralverbandes, dass sich die Versammlung in der Reichshauptstadt abwickelte, und zum ersten Male gab es da auch eine Ausstellung grössern Stils, durch welche den weitesten Kreisen Gelegenheit geboten wurde, sich mit den Leistungen und Einrichtungen der deutschen Konsumvereine bekannt zu machen. Mit der feierlichen Eröffnung dieser im «Clou» plazierten genossenschaftlichen Ausstellung ward am Samstagvormittag den 15. Juni der Kongress eingeleitet. Herr Lorenz, Vorstandsmitglied des Zentralverbandes, hielt die Ansprache, in welcher er in einem gedrängten Zahlenbild die rapide Entwicklung der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung unter der Aegide des Verbandes markierte. Aus den ehemals kleinen Gebilden, führte er aus, seien gewaltige Organisationen entstanden, die 1911 1,324,000 Mitglieder umfassten, 30,000 Personen beschäftigten, für 80 Mill. Mark eigene Waren produzierten und 18,298,000 M. zur Rückvergütung brachten. Von den 1182 Verbandsvereinen hätten 65 über eine Million Umsatz erreicht und diese zusammen allein die stattliche Summe von 209 Millionen Mark umgesetzt. Die Grosseinkaufsgesellschaft, die im Jahre 1894 von 47 Vereinen gegründet worden sei, zähle jetzt 706 Vereine als Gesellschafter und habe in dem Zeitraum von 1894/1911 ihren Umsatz von 541,000 M. auf 109 Millionen Mark gesteigert. Die Verbandsvereine unterhielten 288 Eigenbetriebe, davon u. a. 194 Bäckereien, 30 Fleischereien und 22 Mineralwasser-Produktionsbetriebe. Diese und andere Eigenbetriebe stellten die Produktion für den örtlichen Bedarf dar, die Produktion im grossen dagegen werde von den zentralisierten Betrieben der Grosseinkaufsgesellschaft repräsentiert, in erster Linie durch die Seifenfabrik, die, 1910 in Betrieb genommen, 1911 Seifen aller Art im Werte von 4,686,000 Mark herstellte, während in den drei Zigarrenfabriken der Grosseinkaufsgesellschaft in demselben letzten Berichtsjahre für 1,856,000 M. Zigarren der verschiedensten Sorten produziert worden seien. Diese Betriebe reichten schon nicht mehr aus und man stände vor der Aufgabe, sowohl eine zweite Seifenfabrik als auch weitere Zigarrenfabriken zu errichten, denen sich eine Zündholzfabrik, eine Teigwarenfabrik, eine Fabrik chemischer Artikel und eine Mühle anschliessen sollen. Ausserdem unterhalte auch der Zentralverband in seiner grossen Druckerei und seiner Papierfabrik Eigenproduktionsbetriebe. In allen genossenschaftlichen Betrieben herrschten vorbildliche, mit den zuständigen Gewerkschaften tarifmässig vereinbarte Lohn- und Arbeitsbedingungen. Davon und von der ganzen Wirksamkeit der konsumgenossenschaftlichen Organisationen lege die Ausstellung Zeugnis ab, wenn man sich auch aus räumlichen und anderen Gründen habe beschränken müssen.

Nach der mit Beifall aufgenommenen Rede wurde von den anwesenden Delegierten und den Vertretern der Presse ein Rundgang durch die Ausstellung angetreten.

Die Eröffnung des Genossenschaftstages erfolgte im „Concordia"-Saale den 17. Juni, abends 6 Uhr, mit Orchestervorträgen, Festgesang und Prolog, worauf die Begrüssung der Gäste durch den zweiten Vorsitzenden, Herrn Konrad Barth (München) einsetzte. Der erste Vorsitzende, Herr Radestock (Dresden), ist seit geraumer Zeit leidend und musste den Verhandlungen fernbleiben. Als auswärtige Gäste waren Delegierte aus Dänemark, Finnland, Frankreich, Grossbritannien, Holland, Italien, Oesterreich, Russland, Schweden und der Schweiz (H. Rohr und E. Schneeberger) anwesend, ferner waren Vertreter verschiedener Gewerkschaften und aus wissenschaftlichen Kreisen die

[1]) Wie im Vorjahr berichten wir auch diesmal auf Grund des nachträglich in der „Konsumgenossenschaftlichen Rundschau" publizierten stenographischen Protokolls. Daher die Verzögerung der Berichterstattung.

Professoren Dr. Jastrow und Dr. H. Dade (Berlin), sowie ein Mitglied des Sozialen Museums in Frankfurt a. M. (Frank Wetzlar) erschienen. Namens der provinziellen Einkaufsvereinigung und der Konsumgenossenschaft Berlin und Umgebung wurde die Versammlung von Herrn H. Mirus begrüsst. Es folgten sodann die Ansprachen der Gäste, von denen W. H. Skrydstup für Dänemark sprach, Kilburn für den britischen Genossenschaftsverband und den Internation. Genossenschaftsbund, Deans für die englische Grosseinkaufsgesellschaft, Nast für den Verband französischer Konsumvereine, Héliès für die sozialistischen Genossenschaften Frankreichs, G. A. J. Mirrer für Holland, Carlo Biraghi für Italien, Renner für den Zentralverband österr. Konsumvereine, Bieltzow für Russland, Wallden für Schweden, Rohr für den Verband schweiz. Konsumvereine und Bauer für die Generalkommission der Gewerkschaften.

Nachdem Generalsekretär Kaufmann noch über Angelegenheiten des Internationalen Genossenschaftsbundes berichtet hatte, wurde die Sitzung um 9 Uhr geschlossen.

In der ersten Hauptversammlung, welche am Dienstag, den 18. Juni, morgens 9¼ Uhr begann, wurde der Vorsitz von Herrn Lorenz übernommen, der zunächst Herrn Konrad Barth das Wort zur Berichterstattung des Vorstandes erteilte. Herr Barth konstatierte die grossen Fortschritte, welche die Bewegung im vergangenen Jahre gemacht, insbesondere das Anwachsen des gemeinsamen Bezugs und der Eigenproduktion, berührte sodann die Vertiefung der Entwicklungstendenzen und das innere Leben der Vereine, die Zunahme der Notfonds und die Stärkung der Kapitalkraft, die Ausgaben für gemeinnützige Zwecke, die Vermehrung der Revisionsverbände von 7 auf 9, die Tätigkeit der Verbandssekretariate, die Fortbildungsbestrebungen, den korporativen Beitritt des Zentralverbandes zum Internationalen Genossenschaftsbund, die Inangriffnahme der «Volksfürsorge» und schliesslich die Steuerfrage.

Was der Berichterstatter des Vorstands in knappen Hinweisen angestimmt, führte der Generalsekretär Kaufmann in seinem Berichte eingehend aus. Wie gewöhnlich gab er einen Ueberblick über die Entwicklung des Verbandes seit seiner Gründung, stellte statistische Vergleiche an, um die Fortschritte klar zu legen, und griff dann die dem Genossenschaftstage vorliegenden Fragen des Umbaus und der weiteren Durchbildung der Organisation auf. Dem gedruckten Bericht des Sekretariats entnehmen wir folgende Tabellen, die den Stand und die Entwicklung des Zentralverbands deutscher Konsumvereine anschaulich zur Darstellung bringen.

	1903	1907	1911
Verbandsvereine	685	985	1,182
Mitglieder	575,449	885,074	1,324,012
Umsatz im eigen. Geschäft	159,731,511 M.	282,265,474 M.	478,895,922 M.
Beschäftigte	5,737	12,783	21,556
Eigenes Kapital	17,766,091 M.	28,396,573 M.	48,191,166 M.
Spareinlagen	7,383,499 M.	17,321,630 M.	60,062,671 M.
Hypotheken	12,661,983 M.	23,072,299 M.	36,778,775 M.

Diese Zahlen beziehen sich auf den Gesamtverband, also auf sämtliche, die Konsumvereine, die Produktivgenossenschaften und die Grosseinkaufsgesellschaft umfassenden Gruppen. In den Konsumvereinen allein stieg die Zahl der Mitglieder in den vierjährigen Etappen der obigen Tabelle von 573,000 auf 879,000 auf 1,313,000, der Umsatz im eigenen Geschäft von 131 Millionen auf 217 Millionen auf 356 Millionen Mark, das eigene Kapital von 17 Mill. auf 26 Mill. auf 41 Mill. Mark, das Sparkapital von 6 Mill. auf 14 Mill. auf 39 Mill. Mark. Der Umsatz der Grosseinkaufsgesellschaft steigerte sich in diesen drei Perioden von 26 Millionen auf 60 Millionen auf 110 Millionen Mark, das eigene Kapital von 460,000 Mark auf 1,416,000 Mark auf 5,402,000 Mark, das Spareinlagenkapital von 1 Mill. auf 2½ Mill. auf 19 Mill. Mark. In ähnlichen Proportionen entwickelte sich die Verlagsanstalt des Zentralverbands. Mit einem Darlehen von 15,000 M. begründet, betrug ihr Umsatz im ersten Jahre 175,000 M., im Jahre 1907 schon 353,000 M. und im verflossenen Jahr 2,200,000 M., während sich ihr eigenes Vermögen heute auf 450,000 M. beziffert. In den einzelnen Revisionsverbänden vollzog sich eine gleichartige Entwicklung. Ueberall ist nach dem Bericht des Generalsekretärs im Laufe einer jeden Periode eine Verdoppelung und teilweise eine noch höhere Steigerung zu verzeichnen.

Es ist klar, dass bei einer derartigen Ausdehnung einer Organisation auch die Formen und Gehäuse derselben von Zeit zu Zeit zu enge werden, sodass sich das Bedürfnis nach Reorganisationen, Veränderungen und Verbesserungen geltend macht. Vor einer solchen Notwendigkeit steht auch wieder der Zentralverband der deutschen Konsumvereine. Es handelt sich in erster Linie um eine Erweiterung und Verfassungsänderung der Revisionsverbände, in zweiter Linie um die Verfassungsänderung des Zentralverbandes selbst und in dritter Linie um die Aenderung der juristischen Form der Verlagsanstalt. Der Schwerpunkt des Sekretariatsberichts fiel auf die Begründung der diesbezüglichen Anträge, die Generalsekretär Kaufmann in ebenso ausführlichen als überzeugenden Erörterungen gab. Die Anträge lauten wie folgt:

A. Zur Erweiterung der Revisionsverbandssekretariate.

1. Den Revisionsverbänden wird empfohlen, den Bedürfnissen einer fortgeschrittenen Konsumgenossenschaftsbewegung entsprechend, **die angeschlossenen Genossenschaften möglichst jedes Jahr einmal zu revidieren** und ausserdem ordentliche Revisionen nach Bedarf vorzunehmen.
2. Zu diesem Zweck ist **ein weiterer Sekretariatsbeamter anzustellen, mit der Massgabe, dass einer der beiden Sekretariatsbeamten im besondern die Funktionen eines Revisors auszuüben hat.**
3. **Die im Hauptberufe tätigen Verbandsrevisoren bilden eine Körperschaft,** die nach Bedarf zum Zwecke des Austauschs ihrer Erfahrungen, der Vereinbarung einheitlicher Revisionsgrundsätze und der Vervollkommnung der konsumgenossenschaftlichen Revisionsmethoden zusammentritt.
4. **Den Vorsitz in dieser Körperschaft übernimmt ein vom Vorstande des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zu bestimmendes Mitglied dieses Vorstandes,** das unter möglichster Berücksichtigung der Anträge der Revisionsverbandsvorstände und Sekretäre die Tagesordnung festzusetzen und die Sitzung einzuberufen hat.
5. Von dem schriftlichen Revisionsberichte sind zwei Abschriften dem Zentralverbande deutscher Konsumvereine zur Verfügung zu stellen, welcher eine **besondere Registratur über das Revisionswesen** einrichten wird.
6. Zur Deckung der durch die Anstellung eines weiteren Verbandsbeamten erwachsenden Unkosten erhalten die Revisionsverbände vom Zentralverbande deutscher Konsumvereine aus den diesem von der Bankabteilung der Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine und der Verlagsanstalt des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zur Verfügung gestellten Mitteln einen Zuschuss. Die Höhe des den einzelnen Revisionsverbänden zu gewährenden Zuschusses haben Vorstand und Ausschuss des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zu bestimmen. **Ueber die Wahl des Beamten**

ist mit dem Zentralverbande deutscher Konsumvereine Rücksprache zu nehmen.

B. Zur Aenderung der Verfassung der Revisionsverbände.

7. Den Revisionsverbänden wird ferner empfohlen, ihre Verfassung dahin abzuändern, dass **das Sekretariat zu einem ausführenden Organ des Verbandes** unter der Oberleitung und Kontrolle des Verbandsvorstandes **ausgestaltet** wird.
8. Ferner wird empfohlen, zwischen dem Vorstande des Revisionsverbandes und dem Verbandstag **eine weitere,** aus fünf bis sieben Mitgliedern bestehende **beschlussfassende Körperschaft,** den **Aufsichtsrat, einzusetzen,** dem diejenigen Funktionen zuzuweisen sind, die nach konsumgenossenschaftlicher Praxis einem Aufsichtsrate zufallen.
9. Bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrates ist darauf Rücksicht zu nehmen, dass möglichst jeder Bezirk des Revisionsverbandes gleichmässig vertreten ist. Die Bezirksgliederung des Verbandes kann im Anschluss an die Bezirke der Einkaufsvereinigungen erfolgen, sie kann aber auch durch Zusammenlegung oder Teilung von Bezirken der Einkaufsvereinigungen vorgenommen werden.
10. **Die Aufsichtsratsmitglieder des Revisionsvorstandes sind für die Bezirke, die sie vertreten, die Vertrauensleute der Verbandsleitung** und haben den Verbandsvorstand und das Sekretariat in deren Tätigkeit, z. B. in der Beratung der Vereine, Hilfeleistung bei Neugründungen und Verschmelzungen von Vereinen, Agitation, Abhaltung von Vorträgen und dergleichen nach besten Kräften zu unterstützen.

C. Zur Aenderung der Verfassung des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine.

11. Aus den Vorstandsmitgliedern, Aufsichtsratsmitgliedern und Sekretären der Revisionsverbände, den Geschäftsführern und Aufsichtsratsmitgliedern der Grosseinkaufsgesellschaft ist eine weitere Körperschaft, ein **Generalrat des Zentralvorstandes deutscher Konsumvereine,** zu bilden. Er hat wichtige und für die Konsumgenossenschaftsbewegung bedeutungsvolle Fragen vorzuberaten und kann über weniger wichtige und interne Angelegenheiten endgiltig entscheiden.
12. Der **Ausschuss des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine,** der aus den Vorsitzenden der Revisionsverbände oder dessen Stellvertretern und drei vom Genossenschaftstage frei hinzugewählten Personen besteht, **übernimmt** nach dem Grundsatze der konsumgenossenschaftlichen Praxis **die Funktion eines Aufsichtsrates des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine.**
13. Das **Sekretariat des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine hört auf, ein selbständiges Organ des Verbandes zu sein. Die Funktionen des Generalsekretärs gehen auf den Verbandsvorstand über.**
14. **Der Vorstand des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine besteht aus drei im Hauptberuf und vier ehrenamtlich tätigen Personen, die kollegial die Geschäfte des Zentralverbandes in der Weise zu führen und zu leiten haben, dass die im Hauptberufe tätigen Vorstandsmitglieder die laufenden Geschäfte führen, während zu wichtigen Beschlussfassungen der Gesamtvorstand zusammentritt.** Auch können die ehrenamtlichen Vorstandsmitglieder den Vorstand in den für besondere Zwecke eingesetzten Spezialkommissionen vertreten.

D. Zur Aenderung der juristischen Form der Verlagsanstalt.

15. Die **Verlagsanstalt des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine** von **Heinrich Kaufmann & Co.,** wird aus der juristischen Form einer offenen Handelsgesellschaft in **die Form einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung,** mit einem Stammkapital von 1—2 Millionen Mark, **unter der Firma Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H. umgewandelt.**
16. Der heutige Charakter der Verlagsanstalt als eines eigenen Unternehmens des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine ist bei dieser Umwandlung unbedingt zu wahren. **Es sollen** daher satzungsgemäss **die Revisionsverbände und die Verbandsgenossenschaften des Zentralverbandes** deutscher Konsumvereine **gehalten sein, die Mitgliedschaft der Verlagsgesellschaft** deutscher Konsumvereine **zu erwerben.** Die Generalversammlung der Verlagsanstalt soll bei Gelegenheit des Genossenschaftstages des Zentralvereins deutscher Konsumvereine stattfinden. Der Ausschuss des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine bildet den Aufsichtsrat, der Vorstand die Geschäftsführung der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H.

E. Zur Ausführung dieser Beschlüsse.

17. Der Vorstand und Ausschuss des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine werden beauftragt, auf Grund der vorstehenden Beschlüsse die Satzungen des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zu revidieren und den Gesellschaftsvertrag der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine zu entwerfen.
18. Vor Ende des laufenden Jahres ist ein ausserordentlicher Genossenschaftstag zur Beschlussfassung über die abgeänderten Satzungen des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine und in Verbindung damit die Gründungsversammlung der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine zur Beschlussfassung über den Gesellschaftsvertrag einzuberufen.

In den vorstehenden Anträgen wurden von uns diejenigen Punkte in fetter Schrift hervorgehoben, die auf eine wesentliche Umbildung der betreffenden Organisationen hinauslaufen. Wie schon aus einem flüchtigen Ueberblick erhellt, handelt es sich um organische, innerlich Zusammenhängende und einander bedingende Aenderungen, die im Ganzen wohl geeignet sind, die Gesamtorganisation auf eine breitere und auch einheitlichere Grundlage zu stellen. In dem Bericht des Generalsekretärs ist die Einschiebung eines zweiten Unterverbandssekretärs, dem die Revision im Hauptberuf zufällt, gewissermassen als der Stein bezeichnet, der das ganze Reorganisationswerk ins Rollen brachte. Es scheint uns indessen, als ob der Ausgangspunkt mehr in der Umbildung der juristischen Form der Verlagsanstalt liege, jedenfalls aber ist in der Beseitigung des Sekretariats, das in dieser Anstalt seine Grundwurzel hatte, der eigentliche Schwerpunkt der allgemeinen Reorganisation zu suchen. Das Sekretariat verschwindet als s e l b s t ä n d i g e Institution und geht im Vorstand des Zentralverbandes auf. Es ist klar, dass dies eine Veränderung von grosser Tragweite ist. Die andere damit zusammenhängende wichtige Neuerung ist die Bildung eines Berufsvorstandes für den Zentralverband, der aus drei Personen besteht, dem vier ehrenamtlich funktionierende Mitglieder beigesellt sind, während der bisherige Ausschuss des Verbandes in die Position eines Aufsichtsrates rückt und seine Stelle in der breiteren Organisation von dem neugeschaffenen G e n e r a l r a t eingenommen wird, der seine Hauptstützpunkte in den Revisionsverbänden hat, indem er sich in der Mehrzahl aus den Vorstandsmitgliedern, Aufsichtsratsmitgliedern und Sekretären der letzteren zusammensetzt. Aus föderalistischen Gesichtspunkten heraus motiviert, wird diese Ordnung der Dinge nichtsdestoweniger zentralistische Wirkungen auslösen, was jedenfalls auch beabsichtigt ist und, wie wir glauben, eine zweckmässige Massnahme darstellt. Ihre Hauptwirkung dürfte in einer Stärkung des Einflusses der berufsmässigen Verwaltungs- und Beamten-Elemente bestehen, ohne dass die Bedeutung der ehrenamtlichen Funktionen geschwächt würde. Was überdies durch die Einstellung eines zweiten Sekretärs für die Revisionsverbände gewonnen wird, ist eine regelmäßige, sachkundige und nach einheitlichen Methoden und Normen arbeitende Berufs-Revision die anderseits wieder die Kontrolle der Zentralinstanzen sichert und erleichtert. Was dagegen in der neuen Organisation verloren geht, das ist die bisherige selbständige Stellung des Generalsekretärs, der nun seinen Platz jedenfalls in der Reihe der berufsmässigen Vorstandsmitglieder des Zentralverbandes erhalten wird. An diese formal noch nicht vollzogene und geregelte Veränderung allgemeine Betrachtungen zu knüpfen, wäre ein verfrühtes Unter-

nehmen, soviel aber kann gesagt werden, dass in Zukunft in erheblicherem Masse als vielleicht bisher Mehrheiten entscheiden werden.

Dass der Reorganisationsplan im übrigen den Tendenzen der Gesamtbewegung angepasst ist, beweist die nahezu einstimmige Annahme der Anträge, gegen welche sich eine prinzipielle Opposition nicht erhob. Nur die Dotierung der auf eine andere Rechtsbasis gestellten Verlagsanstalt mit einem von den Verbandsvereinen aufzubringenden Gesellschaftskapital von 1 bis 2 Millionen Mark war Gegenstand einer Anfechtung, die aber keinen Anklang fand. Auf Grund des angenommenen Reorganisationsplanes wird die Verlagsanstalt unter die Leitung des Vorstands des Zentralverbandes kommen.

(Fortsetzung und Schluss folgt).

Kleinhandel und Konsumvereine.

Am neunten ordentlichen Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, der vom 15. bis 19. Juni dieses Jahres in Berlin stattfand, hielt der Chefredaktor der «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau», Dr. August Müller ein bedeutsames Referat über «Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Kleinhandels».

Es ist nicht leicht gerade über diesen Gegenstand ein allgemein orientierendes Bild zu entwerfen, denn das vorhandene Tatsachenmaterial ist ungeheuer, und wie Müller mit Recht betonte, ist es, sofern es aus einwandfreien Quellen herrührt, veraltet! «In den neunziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts — so äusserte sich Müller — brachte man in wissenschaftlichen Kreisen allen Detailhandelsfragen ein grosses Interesse entgegen. Es wurden damals Erhebungen veranstaltet von verschiedenen Handelskammern in Hannover, Braunschweig, Osnabrück usw. Der Verein für Sozialpolitik beschäftigte sich auf seiner Breslauer Tagung (1899) mit den Entwicklungstendenzen im Detailhandel. Eine ganze Anzahl sehr wertvoller Schriften von Nationalökonomen und Juristen über Mittelstandsfragen, Kleinhandelsfragen, Warenhaussteuer-, Konsumvereinsfragen und dergleichen mehr sind in jener Zeit entstanden. Aber das Interesse an Detailhandelsfragen ist mit der Jahrhundertwende in wissenschaftlichen Kreisen zurückgedrängt worden über dem Interesse an anderen wichtigen Fragen. Deswegen ist die wertvolle Literatur total veraltet.»

In neuerer Zeit dagegen beginnt auch in wissenschaftlichen Kreisen wieder das Interesse an den Kleinhändlerfragen zu erwachen. Eine der wichtigsten Ursachen dazu vermuten wir in der chronischen Lebensmittelverteuerung, die veranlasst, die zuständigen Kreise zu bewegen, die Preispolitik der Händler eingehend zu studieren, da dieselbe unzweifelhaft mit eine der Wurzeln ist, in welchen die Triebkräfte der konstanten Preissteigerungen stecken! Dann aber bieten die neuzeitlichen energischen Selbsthilfebestrebungen der Detaillisten an sich ein neues interessantes Feld der Forschung. So beschäftigt sich der Verein für Sozialpolitik gegenwärtig mit einer Erhebung über die Preisgestaltung, welche sich natürlich auch auf die Preispolitik der Kleinhändler erstrecken muss. In den sozialökonomischen und staatswissenschaftlichen Seminaren der Hochschulen werden Semester für Semester mit mehr Vorliebe auch Fragen der Kleinhändlerpolitik erörtert, und manche Diskussion gab dem einen oder dem andern unter den Studierenden Anregung, die behandelten Fragen zum Vorwurf literarischer Bearbeitung zu machen.

Kürzlich ist im Buchhandel eine Schrift erschienen, die aus dem Seminar von Prof. Dr. Wilbrandt in Tübingen hervorgegangen ist und Hugo Kramer zum Verfasser hat, der damit die Doktorwürde erlangte. Die stattliche Broschüre, im Umfang von 103 Seiten, trägt den Titel: Kleinhandel und Konsumvereine, besonders in Württemberg.

Die sehr interessante Monographie soll uns im nachfolgenden eingehender beschäftigen, da sie sich mit Problemen befasst, die unsere Leser nahe berühren und mit ihrem Erscheinen eine willkommene Bereicherung in der wissenschaftlichen Literatur bedeutet. Unseres Wissens ist seit Lindeckes Untersuchung, der übrigens eine andere Fragestellung zu Grunde lag, keine so erschöpfende Behandlung dieses wichtigen Gebietes erfolgt, falls wir von Wernickes Publikationen hier absehen wollen.

Der Inhalt des Werkes gliedert sich in 3 Teile. Den beiden ersten Abschnitten, die von der «neuzeitlichen Umgestaltung des Kleinhandels» und von den «Angriffen auf die Konsumvereine» handeln und nur im Abriss gegeben werden, sind die ersten 30 Seiten gewidmet. Der überwiegende Teil der Untersuchung wurde dem dritten Abschnitt: «Lage des Kleinhandels und die Konsumvereine» reserviert.

Wie der Autor in einer kurzen Einleitung ausführt, hat er sich folgende Aufgabe gestellt: Das Verhältnis der Konsumvereine zum Kleinhandel im engeren Sinn soll nach seinen verschiedenen Seiten hin dargestellt werden, oder genauer, es soll geprüft werden, ob die Behauptungen richtig sind, dass die Konsumvereine den Kleinhandel wesentlich zu schädigen geeignet sind oder ihn gar völlig zu vernichten drohen, und ob es volkswirtschaftlich gerechtfertigt ist, die Konsumvereinsbewegung mit Mitteln der privaten Agitation oder der staatlichen Verwaltung und Gesetzgebung zu hemmen bezw. überhaupt zu beseitigen.

Dass sich die Untersuchung im grossen und ganzen auf Württemberg beschränkt, beeinträchtigt den Wert der erhaltenen Ergebnisse in keiner Weise. Im Gegenteil! Das Beobachtungsfeld ist gross genug, um einerseits auf Grund der erhaltenen Resultate zu gestatten, allgemeine Schlüsse zu ziehen, andererseits aber ermöglichte die territoriale Beschränkung das tiefere Eindringen in die Materie.

«Der Kapitalismus, d. h. jener ganze Komplex von Erscheinungen, die hauptsächlich als Folge der Vermehrung der Bevölkerung und der Entwicklung der Technik auftraten, bedeutete eine völlige Revolution in der Produktion wie in der Konsumation. Und da der Handel Produktion und Konsumation verbindet, musste auch er notwendigerweise revolutioniert werden.» Eine erste Folge war «die enorme Vermehrung des Kleinhändlerstandes» «über das reguläre Wachstum der Bevölkerung hinaus». Diese Entwicklung brachte bald eine «grosse Erschwerung der Existenz» des einzelnen Kleinhändlers; daher die Tendenz, «einen möglichst grossen Kundenkreis zu erobern». Mit dieser eben aufgezeigten Tendenz verschiebt sich plötzlich das Verhältnis zwischen Händler und Konsument. Der Händler ist nicht mehr der Konsumenten wegen da, sondern nach der Auffassung des Händlers ist das

Verhältnis gerade umgekehrt. Der Händler will am Konsumenten nur Geld verdienen, der Konsument wird zum Ausbeutungsobjekt.

Hand in Hand mit dem Einzug des kapitalistischen Geistes im Kleinhandel geht eine Umwandlung, die sich im Aufkommen neuer Betriebsformen im Kleinhandel manifestiert. «Es entstehen die Versandgeschäfte, die Abzahlungsgeschäfte, die Auktionsgeschäfte in reicher Zahl».

Die Konzentrierung der Arbeitsmassen, die Massenproduktion setzt aber mit Notwendigkeit den Massenabsatz voraus. «Die intensivste Zusammenfassung und Ausgestaltung aller dieser Geschäftsprinzipien, «Neugruppierungen» und neuen Geschäftsformen sehen wir bei der Konzentration im Kleinhandelsbetriebe, die durch die Erhöhung der Kapitalkraft des Geschäfts ermöglicht wird, bei den Filialgeschäften und Warenhäusern, die eine neue Bedrängung des alten Kleinhandels bedeuten».

Den Höhepunkt aber in dem Bilden neuer Betriebsformen in der Warenverteilung erreicht die Tendenz, die auf die «Ausschaltung des Zwischenhandels» überhaupt ausgeht. — Kramer weist nach, dass nicht allein die «Organisation der letzten Konsumenten zum gemeinsamen Bezug von Verbrauchsgütern, die Konsumvereine» an dieser Stelle zu nennen sind, sondern eine ganze Reihe anderer Gebilde, vor allem kapitalistischen Wesens: «Hierher gehören das Detailreisen der Fabrikanten und Grossisten, die Errichtung eigener Kleinhandelniederlagen durch die Importeure»; ferner das Kohlensyndikat, der Spiritusring, der Verband der Fabrikanten von Markenartikeln und andere mehr.

Interessant sind die Ausführungen des Autors über den Einfluss der amerikanischen Trusts auf den Detailhandel. So hat zum Beispiel der amerikanische Tabaktrust ausser der Produktion und dem Grosshandel auch den Kleinvertrieb monopolisiert. Jede gutgelegene Ecke wird mittels eines langfristigen Mietvertrages für die Zwecke der «United Cigar Stores Co.», wie die Tochtergesellschaft des grossen Trusts heisst, festgelegt. Dann werden durch ruinöse Konkurrenz die benachbarten Kleinhändler aus dem Geschäft getrieben, und es ist soweit gekommen, dass man ganze Strassenzüge abgehen kann, ohne andere Zigarrenläden als die des Trusts zu finden.

Trotz der notorischen Schäden, welche die kapitalistische Konkurrenz dem Detailhändler zufügt, kehrt sich alle Feindschaft in erster Linie nur gegen die Konsumvereine. Der Autor lässt die einzelnen Händler selbst sprechen und hat eine ganze Reihe von Gutachten gesammelt, die von Mittelstands- und Kleinhändler-Verbänden gegen die Konsumvereine herrühren. Die bekannten Angriffe auf die Konsumvereine werden von Kramer einzeln besprochen und geprüft. «Es ist schon eine Ausnahme, wenn auch einmal positive Angaben und nüchterne Zahlen beigebracht werden, die diese Behauptungen beweisen sollen, denn für gewöhnlich schenken sich die Gegner der Konsumvereine den Beweis für ihre Thesen.» Und wo einmal, wie bei der Konkursstatistik, zahlenmässig der Niedergang des Kleinhandels nachgewiesen wird, da fehlt wiederum der Kausalzusammenhang mit den Konsumvereinen als Ursache. (Bekanntlich weist die Konkursstatistik an Orten wo Konsumvereine nicht wirken, keine prozentuale Minderung auf.)

Nicht zu leugnen ist, dass «der Konsumverein eine gewisse dominierende Stellung im Geschäftsleben errungen hat und den ortsansässigen Kleinhandel zwingt, sich in der Festsetzung seiner Warenpreise nach ihm zu richten, also in den meisten Fällen niedrigere Preise anzusetzen, als er es tun würde, wenn der Konsumverein nicht da wäre.» Diese unbedingt anzuerkennende günstige Konkurrenzwirkung der Konsumvereine wird ihnen als unlauterer Wettbewerb der verderblichsten Form ausgelegt, um alsdann mit einem Schein von Gerechtigkeit und in Verbindung mit den frivolen Behauptungen der parteipolitischen Betätigung der Konsumvereine die unsinnigsten Repressalien gegen sie von der Gesetzgebung und Verwaltung zu fordern.

Diese gesamte eigentümliche Stellungnahme der Kleinhändler und der übrigen Mittelstandspolitiker zwingt unsern Autor, wie bereits oben erwähnt wurde, zu fragen: Sind die Voraussetzungen für ein derartiges Einschreiten gegen die Konsumvereine wirklich vorhanden? oder ist eine Beschränkung oder gar ein Verbot der Konsumvereine zunächst einmal im Interesse des Kleinhandels volkswirtschaftlich gerechtfertigt?

Diese Fragestellung führt Kramer dazu, die uns wohl bekannten eigenen Misstände im Kleinhandel aufzudecken. Er bespricht eingehend die Ueberfüllung im Kleinhandel, die mangelnde Fachbildung der Detaillisten, das Borgunwesen, sowie die Preisbildung und Preise im Kleinhandel.

Eine Fülle interessanter Tatsachen werden in diesen Abschnitten verarbeitet und statistisch verwertet; jedoch müssen wir uns versagen, auf Einzelheiten einzugehen. Es genüge der Hinweis für unsere Konsumvereinsverwaltungen, dass sie in diesen Kapiteln ein ganzes Arsenal von Waffen finden gegen die landläufigen Angriffe gegen die Konsumenten-Organisationen.

Der schlimmste Feind des Kleinhandels in den eigenen Reihen ist die Standesüberfüllung mit unqualifizierten Elementen: «Hier, in der Ueberfüllung des Kleinhandels und dem Ueberhandnehmen unfähiger Elemente in ihm, liegt die eigentliche Ursache der Not des Kleinhandels».

Und an dieser Not tragen die Konsumvereine gar keine Schuld; denn «erst viel später kommt die Konkurrenz anderer Handelsformen wie der Konsumvereine oder Warenhäuser in Betracht».

Bei all diesen Untersuchungen, so belastend sie auch für die eigene Schuld des Kleinhandels an seiner prekären Lage ausfallen, bleibt der Autor doch stets sehr objektiv und wird dem Kleinhandel gegenüber nie ungerecht. So weist Kramer unter anderm nach, dass z. B. die Ueberfüllung im Kleinhandel sich nicht nur auf wirtschaftlich unberechtigte Ursachen zurückführen lasse, sondern auch volkswirtschaftlich gesunde und begründete Wurzeln aufweist. (Wachstum der Bevölkerung, Steigerung des Konsums, kapitalistische Produktionsweise, ferner das Bedürfnis der Konsumenten in den Grosstädten nach Vermehrung und Ausdehnung des Kleinhandels als bequemere und leichtere Einkaufsmöglichkeit u. s. f.)

Sehr interessant und treffend sind die eingehenden Ausführungen über die Preisbildung und Preise im Kleinhandel. Den Kernpunkt bildet der Nachweis, dass die Konkurrenz im Kleinhandel ganz andere Wirkungen hervorruft wie im Grosshandel oder der Industrie. Während im allgemeinen die freie Konkurrenz die Preise drückt, verbilligend wirkt, beobachten wir im Detailkleinhandel, — trotz gegenteiliger Behauptungen der beteiligten

Interessengruppen — die Tendenz der Hochhaltung der Verkaufspreise. Die Gründe und Ursachen dieser Tendenz werden mit grossem Geschick besprochen und klargelegt. Die Händler begünstigen sogar direkt die Hochhaltung der Verkaufspreise, durch künstliche Massnahmen, nämlich dann, wenn durch besondere Umstände die preissteigernden Wirkungen der «Händler-Konkurrenz» ausbleiben. Dazu werden mit Vorliebe Kommissionen bestellt zur «Feststellung von Mindestverkaufspreisen». Kramer erwähnt auch in diesem Zusammenhang die Rabattvereine als preissteigernde Faktoren.

Ueber die Aufschläge des Händlers auf die Ankaufspreise bringt unser Autor eine Fülle von Material und weist nach, dass trotz den fast ununterbrochenen Preissteigerungen die Gewinne der einzelnen Händler abnehmen. Die Hauptursache liege im Rückgang der durchschnittlichen Aufschläge. «Dieser Rückgang stellt sich jedoch nicht etwa als durch einen Rückgang der Geschäftsunkosten bedingt dar. Diese sind vielmehr in fortwährendem Steigen begriffen. Die Ausgaben für Miete, die Löhne, Steuern usw., alles steigt. Die Herabsetzung der Preisaufschläge konnte daher nur auf Kosten des anderen Bestandteils, der im Bruttoaufschlag des Kleinhandels steckt, erfolgen, des Gewinns.» Immerhin sind die Gewinne des einzelnen Händlers (ca. 8—10%) noch reichlich genug, sofern ein genügend hoher Warenumsatz erzielt wird. Daher kommt Kramer zu folgendem Schluss:

«Dieser Rückgang der Gewinne, der wohl so ziemlich überall anzunehmen ist, ist vielfach volkswirtschaftlich und privatwirtschaftlich durchaus gerechtfertigt gewesen, denn offenbar sind in früheren Jahrzehnten häufig Aufschläge gemacht worden, die in keinem Verhältnis zu den Leistungen des Kleinhandels standen, soweit man überhaupt Leistung und Gewinn vergleichen kann. — Vom privatwirtschaftlichen Standpunkt aus betrachtet, als Entgeld für die Leistungen dieser Kaufleute, sind ihre Aufschläge und Preise nicht zu hoch, aber vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus erscheinen sie als eine unökonomische Verschwendung von Geld, als ein volkswirtschaftlicher Luxus.» *H. F.*

(Schluss folgt).

Volkswirtschaft

Die Lebensmittelverteuerer an der Arbeit. Der Grosse Vorstand des schweiz. Bauernverbandes hielt am 17. August in Bern eine Sitzung ab. Nach Abwicklung diverser, uns hier weniger interessierender Geschäfte wurde beschlossen, den landw. Klub des Nationalrates zu ersuchen, für die Wiederherstellung des ungerechtfertigt hohen Gefrierfleischzolles einzutreten.

Aus der Praxis

Als Antwort auf die in Nr. 33 gestellte Frage teilt ein ehemaliger Konsumverwalter, der in seinem Verein erfolgreich den Bäckereibetrieb eingeführt hat, folgendes mit:

Ein Bäcker allein kann, wenn er nach den alten Methoden arbeitet (Handkneten und Holzofen) höchstens drei Mal im Tage je 80—90 kg Brot backen, also 240 kg täglich oder 72,000 kg jährlich produzieren. Angenommen ein Brotpreis von 35 Rappen pro Kilo, so entspricht diese Produktion einem Umsatze von rund 25,000 Fr. im Jahre.

Die beabsichtigte Bäckerei kann also nicht einen Bäcker voll beschäftigen, vor allem nicht, wenn moderne Methoden (Maschinenkneten und Dampfofen) angewandt werden, wie es voraussichtlich mit einer neuen Einrichtung der Fall sein sollte.

Der Bäckereibetrieb wäre nur einzuführen, wenn die Genossenschaft dem Bäcker für einen Teil des Tages andere Arbeit zuzuweisen hätte. *P.*

Genossenschaftsbewegung des Auslands

Deutschland.

400,000 Leser! Einer der wichtigsten Gradmesser genossenschaftlicher Einsicht und Treue der Konsumvereinsmitglieder ist die Entwicklung der genossenschaftlichen Presse. Dafür bietet ein schönes Beispiel das «Konsumgenossenschaftliche Volksblatt» des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine in Hamburg, dessen wöchentliche Auflage bereits 400,000 Exemplare überschritten hat.

Schon bevor es einen Zentralverband deutscher Konsumvereine gab, besassen die Konsumvereine Deutschlands im «Wochenbericht» ihr eigenes Fachblatt. Die Notwendigkeit aber, nicht nur die Verwaltungen, sondern auch die Konsumvereinsmitglieder über die wichtigsten Ereignisse der Bewegung zu unterrichten und über ihre Prinzipien aufzuklären, führte sehr bald dazu, das «Frauengenossenschaftsblatt» zu schaffen. Im April 1902 begann es zu erscheinen. Später stellte sich das Bedürfnis heraus, das populäre Fachblatt der Konsumvereine nicht lediglich auf die Frauen zuzuschneiden, sondern ein «Konsumgenossenschaftliches Volksblatt» zu kreieren, das dann am 1. Januar 1908 unter diesem Namen ins Leben trat.

Das «Konsumgenossenschaftliche Volksblatt» übernahm den Abonnentenstand des «Frauengenossenschaftsblattes» in der Höhe von rund 200,000. Im Laufe von $4^1/_2$ Jahren hat sich der Abonnentenstand verdoppelt. Drei Jahre waren nötig, bis die ersten 100,000 Zuwachs Ende 1910 erreicht waren, und nur $1^1/_2$ Jahre gehörten dazu, um die folgenden 100,000 zu erreichen. Kann das jetzige Entwicklungstempo eingehalten werden, so wird in nicht ganz einem vollen Jahre die $^1/_2$ Million erreicht sein!

Wer macht sich eine richtige Vorstellung von der Menge des Materials, das für eine einzige «Volksblatt»-Auflage Verwendung findet? — Ein kleines Beispiel: 6000 kg Papier wird für jede Nummer des «Volksblattes verwendet, und auf das übliche Format zugeschnitten, das ungefähr dem «Schweizer. Konsum-Verein» entsprechen mag, erreicht die Auflage eine Länge von 185 km.

Wir freuen uns über die schöne Entwicklung unseres deutschen Bruderorgans und wünschen ihm auch für die weitere Zukunft den besten Erfolg.

Aus unserer Bewegung

Bellinzona. (L.-Korr.) «Die Räume wachsen, es dehnt sich das Haus!» Diese Worte des unsterblichen Schillers können wir mit Stolz auf den «Allgemeinen Konsumverein» in Bellinzona anwenden. An Stelle des zarten Pflänzchens, das treu gehütet werden musste, sollte es nicht dem Ansturm der vereinigten Spezierer Bellinzonas zum Opfer fallen, steht heute ein starkes Bäumchen da, das sich unter dem Schutze der nordischen knorrigen Eiche, genannt V. S. K., mächtig ausbreiten wird. Wenn auch aus dem südlichen Teil unseres schönen Heimatlandes wenig zu vernehmen ist, so wollen wir doch nicht unsere werten Genossenschafter «ennet dem Gotthard» über unsere Neueinrichtungen im «Dunkeln» lassen. Der «Allgemeine Konsumverein Bellinzona» hat zurzeit neben seinem Hauptladen noch 6 Filialen, davon zwei ziemlich weit vom Zentrum des Hauptsitzes entfernt. Wohl musste der Genossenschaftsrat manchen Vorwurf seitens der Mitglieder über sich ergehen lassen, wenn er zur Neueinrichtung einer Filiale schritt. Aber der Genossenschaftsrat des Konsumvereins Bellinzona lässt sich vom Gedanken leiten, dass es doch Pflicht eines jeden Genossenschaftsmitgliedes ist, die Ziele der Genossenschaftsbewegung im einzelnen zu propagieren, und um so mehr ist es Pflicht eines wohlfundierten Konsumvereins, andern im «Werden» begriffenen Konsumgenossenschaften beizustehen mit Rat und Tat, und wo man glaubt, dass ein Verein nicht selbständig sich erhalten könnte, durch Errichtung von Filialen wenigstens den Grund zu legen. Dass dieser Gedanke und eingeschlagene Weg der richtige ist, beweisen uns die Umsatzziffern der verschiedenen Filialen: So erzielte z. B. das Hauptlokal Bellinzona im Quartal April—Juni einen Umsatz von Fr. 54,625, Filiale Süd Fr. 22,650, Filiale Nord Fr. 15,385, Filiale Giubiasco Fr. 22,116, Filiale Molinazzo Fr. 13,000, Filiale Claro, ein bäuerlicher Bezirk, Fr. 12,400, und endlich die jüngste Filiale Locarno Fr. 25,150. Totalumsatz Fr. 165,326. Gewiss ein Umsatz, der sich sehen lassen darf und der auch die «Schwarzseher» zufrieden stellen wird. Nun hat der Konsumverein Bellinzona einen neuen Zweig eingeführt, und zwar eine Genossenschafts-Molkerei. Es ist dies zwar ein Zweig, wie alle Genossenschafter wissen, der viel Schwierigkeiten mit sich bringt und bei dem anfängliche Defizite sich nicht vermeiden lassen, doch haben wir die berechtigte Hoffnung, dass sich die Vermittlung des notwendigsten Volksnahrungsmittels auch in Zukunft zu einem rentabeln Unternehmen gestalten wird. Wenn wir auch am Anfang mit kleinem Verlust arbeiten müssen, so haben wir doch erreicht, dass wir das Zustandekommen eines Milchtrusts auf dem Platze Bellinzona verhindert haben; wollten doch die Herren Milchhändler den Preis pro Liter Milch auf 28—30 Rappen hinaufschrauben. Das ist nun vereitelt, indem wir uns durch mehrjährige Verträge die Milch gesichert haben; ein Preisaufschlag ohne den Konsumverein ist nicht mehr möglich. Wer will nun noch behaupten, die Konsumvereine seien keine Preisregulatoren? Gleichzeitig mit dieser Einrichtung war auch eine Erweiterung unseres Hauptmagazins zur Notwendigkeit geworden, und es wurde auf das bestehende noch ein Stockwerk hinaufgebaut. Die Wohnungen über unserm Hauptladen mussten geräumt werden, denn es erwies sich als dringend die Einrichtung einer Abteilung für Mercerie- und Schuhwaren. Darob wird nun in Nichtkonsumvereinskreisen wieder ein «Gezetter» losgehen, aber wir sind überzeugt, wenn unsere Verbandsschuhfabrik gute Ware liefert, was ja selbstverständlich ist, so werden wir auch in dieser Abteilung schöne Erfolge aufzuweisen haben.

Diese Zeilen beweisen also, dass die Genossenschaftssache auch im Tessin gute Wurzeln gefasst hat, und unsere Kollegen im weiten Kreis der Genossenschaftsfamilie werden sich gewiss darüber freuen. Wir aber sagen mit Zuversicht: «Die Räume wachsen, es dehnt sich das Haus!»

Allgemeiner Konsumverein Herisau. (N.-Korr.) Jahresbericht und Rechnung des Allgemeinen Konsumvereins über das mit 30. Juni abgeschlossene 44. Geschäftsjahr sind bereits in Druck erschienen und an die Mitglieder zur Verteilung gelangt. — Die Genossenschaft hat sich auch im verwichenen Geschäftsjahr wiederum kräftig entwickelt. Der Umsatz in den neun Verkaufslokalen ist um Fr. 37,646 gestiegen und hat damit die Höhe von Fr. 450,000 überschritten. Der Gesamtumsatz aber mit Einschluss des Erlöses im Magazin, beim Kartoffel- und Briketthandel stieg auf rund Fr. 480,000. Wir hoffen also nächstes Jahr die erste halbe Million überschritten zu haben. Der Beitritt zur Genossenschaft war mit 214 Neueintritten der grösste, der in den 44 Jahren jemals stattgefunden. Diesen 214 Neuaufnahmen stehen nur 80 Austritte wegen Tod und Wegzug gegenüber, sodass sich die Mitgliederzahl um 134 vermehrt und damit die Zahl 2000 weit überschritten hat.

Der Verwaltungsrat erledigte seine Geschäfte in 23, die Betriebskommission die ihrigen in 32 Sitzungen. Der auf den 4. Dezember 1911 veranstaltete Lichtbildervortrag über die nationale Bedeutung der Konsumvereine bot den Zuhörern einen hohen Genuss, denn der Referent, Herr U. Meyer, entledigte sich seiner Aufgabe in vorzüglicher Weise und die Vorführung zahlreicher Lichtbilder ermöglichte den Zuhörern einen interessanten Einblick in die grossen Erfolge der Genossenschaftsbewegung. Am 28. Januar 1912 hielt anlässlich der üblichen Filialenhalterkonferenz Herr E. Schwarz, Verwaltungskommissionsmitglied des V. S. K., einen lehrreichen Vortrag über: «Die Verkäuferin im Dienste des Konsumvereins», welcher volle Anerkennung erntete und gewiss gute Früchte tragen wird.

Unser Verein bezog im Berichtsjahre von der Zentralstelle in Basel für Fr. 173,126 Waren gegenüber Fr. 154,603 im Vorjahre und steht damit im 30. Rang bei über 300 Vereinen. Die Bedienung wie die Qualität der Waren befriedigte und gab zu keinen Aussetzungen Anlass. Das «Genossenschaftliche Volksblatt» befriedigte voll und ganz, und die Verwaltung beantragt der nächsten Generalversammlung vom 8. September, auf dasselbe definitiv (also nicht mehr, wie bis anhin, alljährlich nur für ein weiteres Jahr) zu abonnieren.

Der Ueberschuss der Jahresrechnung stellt sich nach vollzogenen Abschreibungen auf Immobilien und Mobilien, sowie Warenlager und nach Speisung des Reservefonds auf Fr. 41,287.52. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung die Ausrichtung einer Rückvergütung von 10% oder Fr. 40,079, sowie 6% an Nichtmitglieder. Die Restanz von Fr. 565.65 soll an gemeinnützige Institutionen und das Geschäftspersonal verteilt werden.

Als ausserordentliche und sehr wichtige Traktanden, welche voraussichtlich einer lebhaften Diskussion rufen, kommen an nächster Generalversammlung folg. Punkte zur Behandlung: 1. Krediterteilung an die Verwaltung behufs Errichtung eines Bäckereigebäudes, nebst Kellerung, Magazinen, Wohnungen und Ladenlokalitäten im Kostenvoranschlage von Fr. 220,000. 2. Antrag von einem Vereinsmitglied: Es sei die Verwaltung zu beauftragen, den Verkauf von Schuhwaren an die Hand zu nehmen. — Die Rechnungsprüfungskommission beantragt, die Jahresrechnung nebst Bilanz pro 1911/12 zu genehmigen und der Verwaltung Decharge zu erteilen.

Kommen wir nach diesen allgemeinen Bemerkungen über die Tätigkeit des Vereins und seiner Verwaltung speziell kurz auf die vorliegende Jahresrechnung zu sprechen. Von den Einnahmen erwähnen wir folgende Hauptposten: Warenumsatz in den Filialen Fr. 450,088.31 gegen Fr. 412,592 im Vorjahr, Vermehrung also Fr. 37,776 oder 9%. Daneben wurden Kartoffeln für Fr. 21,330, Briketts für Fr. 2260 und im Migroshandel aus dem Magazin Waren für Fr. 5660.81 verkauft, also im ganzen ein Warenumsatz von Fr. 479,339 erzielt. An Umsatzprämien wurden Fr. 2459, an Gebinden Fr. 2128 eingenommen. Der Zinsenkonto verzeichnet Fr. 4340 an Einnahmen. Vom Liegenschaftsverkaufe in Schwellbrunn flossen der Vereinskasse Fr. 4600, vom Wertschriftenkonto Fr. 712.50, von 214 einbezahlten Anteilscheinen Fr. 1070 und aus dem Kontokorrent-Konto mit der Bank Fr. 185,512 zu, sodass sich der Gesamtverkehr auf die ansehnliche Summe von Fr. 685,709 beziffert.

Von den Ausgaben heben wir folgende Hauptziffern in summarischer Zusammenstellung heraus: An Reparaturen auf den Liegenschaften zum Pfauen, auf der Säge und in Schwellbrunn wurden Fr. 2870 aufgewendet, an Terminen Fr. 450 abbezahlt, von den Obligationen infolge Aufkündung Fr. 8500 zurückbezahlt, 80 Anteilscheine mit Fr. 400 eingelöst, an Zinsen Fr. 10,428 abgeführt, im Kontokorrent-Konto an Warenlieferanten, im Postchek- und im Bankverkehr Fr. 560,404 umgesetzt, für Frachten Fr. 107.18, für Steuern Fr. 3273, an Versicherungsprämien Fr. 767, für den Kleinverkauf geistiger Getränke (nur Most und Wein) Fr. 311, an Rückvergütungen an Mitglieder für den Warenbezug im Vorjahre Fr. 37,298, für gemeinnützige Beiträge und Gratifikationen Fr. 945, an Umsatzprovisionen, Löhnen, Entschädigungen etc. Fr. 33,864, im Unkostenkonto (Fuhrlöhne, Drucksachen, «Genossenschaftliches Volksblatt», Papiersäcke, Heizung, Beleuchtung, Spesen, Taglöhne beim Kartoffel- und Briketthandel, Küferspesen etc.) Fr. 12,218 verausgabt, sodass schliesslich ein Ueberschuss von Fr. 41,297.52 sich ergibt, welcher in Form von Rückvergütungen an die Mitglieder zurückfliessen wird, nachdem an Liegenschaften, am Mobiliar und am Warenlager entsprechende Abschreibungen stattgefunden und der Reservefonds mit Fr. 2500 gespiesen worden ist.

Die Bilanz erzeigt an Aktiven Fr. 267,603, und zwar an Liegenschaften Fr. 110,000, an Mobilien Fr. 3000, an Warenlager Fr. 83,601, an Bank- und Postchek-Guthaben Fr. 59,178.50, an Wertschriften Fr. 9800, an Verschiedenem Fr. 235, an Kassasaldo Fr. 1788. Diesen Aktiven stehen Passiven im Betrage von Fr. 226,305.85 gegenüber, welche sich auf folgende Hauptposten verteilen: Hypotheken auf den Liegenschaften Pfauen und Säge Fr. 72,250, Obligationen Fr. 92,750, Genossenschaftskapital Fr. 10,520, Reservefonds Fr. 46,000, Krisenfonds Fr. 700, Rata-

zinse Fr. 4086. Bei dieser Bilanz sind die Abschreibungen und Zuwendungen schon in Berechnung gezogen, nämlich Fr. 6000 am Pfauen, Fr. 5000 auf der Säge, Fr. 2000 am Mobiliar und eine bescheidene Abschreibung am Warenlager. Daneben wurde der Reservefonds von Fr. 43,500 auf Fr. 46,000 und der Krisenfonds von Fr. 350 auf Fr. 700 geäufnet, alles notwendige Manipulationen bei jedem soliden Geschäftsunternehmen.

Aus vorstehendem ersehen wir, dass der **Allgemeine Konsumverein Herisau** auf gesunder und solider finanzieller Grundlage ruht und sich einer raschen und gedeihlichen Entwicklung erfreut. Die ausgeworfenen Beträge beweisen auch, dass er für alle gemeinnützigen Bestrebungen offenen Sinn und offene Hand hat, überhaupt seine gesamte Wirksamkeit das allgemeine Volkswohl bezweckt. Möge er darum weiter blühen und wachsen!

Aus dem Bernbiet. Die ruhige, stetige und gesunde Entwicklung der Konsumvereine muss der Gilde der Krämer geradezu unheimlich werden. Durch die bernischen Blätter geht wieder der Uhuschrei vom Untergang des ehrlichen Detaillistengewerbes und allseitig wird zur Ausrottung der Konsumvereine das Beispiel der Krämer von Kirchberg und Umgebung zur Nachahmung empfohlen. Alle Wetter! dachte Schreiber dies, das muss ja ein ganz gewaltiges Geisteswerk sein und ein Regierungsratssessel ist dem Autor sicher, der Urtext dieser kolossalen Erfindung war auch bald entdeckt, er hat folgenden «Konsumvereinerschütternden» Wortlaut:

> **Kirchberg.** (Korr.) Um dem immer mehr sich ausbreitenden Konsumverein eine wirksame Konkurrenz zu bereiten, haben nun fast sämtliche Krämer und Handelsleute hiesiger Gegend einen Rabattsparmarkenverein gegründet. Durch Ausgabe von Büchlein und Marken hoffen sie, die Kunden an sich zu fesseln; denn innert zwei Jahren müssen die Büchlein mit Marken gefüllt sein d. h., für die Summe von Fr. 100.— müssen Waren gekauft worden sein, ansonst der Besitzer des Büchleins seines Guthabens verlustig geht. Der Rabatt beträgt 5 Prozent, also erheblich mehr, als bisher von den einzelnen Handlungen bezahlt worden ist. Da im Konsumverein die Mitglieder meistens Arbeiter sind und die Sozialdemokratie ihr möglichstes tut, um diese Konsumvereine mit ihren grossen Vermögen in ihr Schlepptau zu ziehen, so können natürlich die bürgerlichen nicht auch noch mithelfen, sondern diese werden jetzt solche Büchlein nehmen, die ihnen ja auch grosse Vorteile bieten.

O jerum! Diesen Mannen muss leider mitgeteilt werden, dass dieses alte abgewirtschaftete «Patent» seine Wirkung längst verloren hat. Sollten die Krämer wirklich noch nicht eingesehen haben, dass es k e i n Mittel gibt, die Konsumvereine zu bodigen? Fast scheint es so, auch Herr Dr. Tschumi hat doch sein allermöglichstes getan, diese fortschrittlichste aller Genossenschaften zu erdrosseln.

Zur Sache selber ist doch immer wieder zu bemerken: Die Marken, welche der Käufer erhält, hat dieser selbst in ein Büchlein einzukleben, der Krämer weiss ganz genau, dass ein grosser Teil dieser Marken im Laufe des Jahres verloren geht. Kleinere Kinder, welche Kommissionen besorgen sollten, bringen die Marken gewiss nicht immer heim, und mit dieser unbestreitbaren Tatsache hat der Krämer schon wieder einen G e w i n n erzielt; die Konsumvereine aber suchen nicht Gewinne zu erzielen, sondern ausschliesslich prima und preiswürdige Waren ihren Mitgliedern zu liefern, und dieses ist der Fels, auf den die Konsumvereine aufgebaut sind. Würde sich ein solcher verleiten lassen, seinen Grundsatz aufzugeben und dafür nach finanziellem Gewinn zu streben, so würde er bald erfahren müssen, dass sein Werk ein auf Sand gebautes Kartenhaus wäre, und die Folgen würden nicht ausbleiben. Der Gedanke verbreitet sich unter den Konsumenten immer mehr, dass es o h n e Konsumverein keinem Krämer einfallen würde, Sparmarken zu verabfolgen, welche seinen Profit kürzen; wem dieses nicht einleuchten sollte, dem ist leider nicht zu helfen.

Bl.

Beinwil. Im Vordergrund des soeben erschienenen Halbjahresberichts steht die Brot- bezw. Mehlfrage. «Weil wir dem Wunsche der Herren Bäckermeister, den Brotpreis zu erhöhen, nicht folgen wollten, hat man nun über uns die Mehlblockade verhängt.» Die Beinwiler Genossenschafter können aber um so eher auf diese Drohungen pfeifen, als sie, wie selten ein Konsumverein in solchem Umfange, Reserven angesammelt haben, die ihnen erlauben, es darauf ankommen zu lassen, wer von beiden den Kürzeren zieht, bezw. wem am schnellsten der Atem ausgeht, den Bäckermeistern oder dem Konsumverein. — Bei einem Totalumsatz von Fr. 82,459 und einer Mitgliederzahl von 283 besitzt diese Genossenschaft einen Reservefonds von Fr. 53,343 dem nun weitere Fr. 2000 zugeteilt werden!

Gebenstorf. Eine kleine, 123 Mitglieder zählende, aber darum nicht minder musterhaft verwaltete Genossenschaft, was hauptsächlich in einem weise vorsorgenden Finanzgebahren zum Ausdruck kommt. Der Warenumsatz betrug im Berichtsjahr Fr. 108,631 oder Fr. 2550 mehr als im Vorjahr; der Nettoüberschuss Fr. 10,791. Dieser Ueberschuss könnte grösser sein «wenn wir es nicht als unsere höhere Pflicht erachtet hätten, in dieser Zeit der Teuerung die Lebensmittel etwas billiger abzugeben» bemerkt hiezu der Vorstandsbericht. Besonders befriedigend ist das Resultat der Bäckerei «die uns einen Ueberschuss von Fr. 3463 bringt, trotz der niedrigeren Brotpreise, was uns erlaubt, wiederum Fr. 1000 an der Bauschuld abzuzahlen». Das Sparkassenkonto weist einen Bestand von Fr. 13,841 auf, was dieser Genossenschaft (neben der Reserve- und andern Fonds) erlaubt, ohne fremdes Geld auszukommen.

Sprechsaal

Zur Mühlenfrage. (Korr.) Es ist schon oft und viel über diese Angelegenheit gesprochen und geschrieben worden. Die Konsumvereine empfinden es als Hohn, dass sich beinahe die ganze schweizerische Müllerei mit dem Kontrollbuchvertrag in die Hände der Bäcker gegeben hat. Es ist doch gewiss beschämend, wenn wir uns sagen müssen, dass irgend ein Bäcker in seiner Innung den Antrag zum Durchbruch bringt, einen ihm unangenehmen Konsumverein zu boykottieren. Und alles dies nur aus dem Grunde, weil der Konsumverein den gerechten Brotpreis aufrecht erhält und dadurch dem Volke jährlich tausende und abertausende von Franken erspart. Es wird zu wenig bedacht, welche Zustände einreissen würden, wenn der Konsumverein nicht seine preisregulierende Macht entfalten könnte.

Es ist schon längst durchgesickert, dass das schweizerische Müllereigewerbe nicht auf Rosen gebettet ist. Da und dort verschwindet eine der heimeligen Kundenmühlen. Die Zentralisation hat die verschiedenen territorialen Organisationen geschaffen, die sich allerdings nicht in dem Masse leistungsfähig erwiesen, wie es von gewisser Seite erhofft wurde. Die A.-G. Bern ist schon vor zwei Jahren eingegangen und die Erneuerung des abgelaufenen Vertrages der aargauischen Mühlen stiess auf so viele Schwierigkeiten, dass die neue Aktiengesellschaft momentan noch nicht perfekt ist. Ist es bei diesen ungünstigen Verhältnissen im Müllereibetrieb nicht fast unglaublich, dass sich unsere Müller mit dem Kontrollbuch in ein Abhängigkeitsverhältnis zu den Bäckern begeben haben und eine sehr gute Kundschaft vor den Kopf stossen? Denn es gibt jeder Müller unumwunden zu, dass der Verkehr mit einem Konsumverein, der, mit ganz geringen Ausnahmen, ein guter Barzahler ist, weit angenehmer ist, als mit der Grosszahl der Bäcker.

Diesem Verhältnis, wie es leider nur allzu lange geduldet wurde, soll nun eine andere Wendung gegeben werden. Eine Konferenz von Vertretern aus massgebenden Genossenschaftskreisen, die sich am 21. Juli a. c. in Zürich besammelt hat, ersucht die Verwaltungskommission des V. S. K., die Frage betr. die Errichtung einer oder mehrerer Mühlen zu prüfen und unter Beschleunigung eine Vorlage auszuarbeiten und zu verwirklichen. Wir haben uns aufrichtig gefreut, als diese Kunde kam. Die Frage der Errichtung von Mühlen ist eigentlich älter, als diejenige betr. die Schuhfabrik. Jeden Genossenschafter muss es daher mit Genugtuung erfüllen, wenn auch dieses Postulat einer endlichen Ausführung entgegengeht. Es genügen aber hier nicht einzig Sympathiekundgebungen. Ersteht in kurzer Zeit die Genossenschaftsmühle, dann soll auch jeder Konsumverein im Gefühle einer abgeworfenen Last seinen Bedarf dort decken, wo seine Interessen vollwichtig gewahrt werden. Den schweizerischen Mühlen wird es ergehen, wie den Schuhbaronen: sie werden zu spät einsehen, dass es nicht klug war, eine so mächtige Organisation, wie sie die Konsumvereine geworden, ungestraft zu ignorieren. Jeder genossenschaftlich geleitete Konsumverein steht zu **seiner Schuhfabrik** und unterstützt **seine Mühle!**

Verbandsnachrichten

Firmaänderung eines Verbandsvereins. Gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 11. August lautet die Firma unseres Verbandsvereins in Brugg in Zukunft: **«Konsumgenossenschaft Brugg-Wohlen».**

Redaktionsschluss 29. August.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär.**

Laden-Utensilien und Schaufenster-Einrichtungen

können stets beim

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

bezogen werden

Dezimalwagen
Bäckerwagen
Tafelwagen
mit Marmor- und Gussplatten und Messingschalen
Gewichtsatz
in Messing von 1—1000 gr
in Guss von 5—5000 gr
Messflaschen
von $^1/_{10}$, $^1/_5$, $^3/_{10}$, $^1/_2$, 1 und 2 Liter
Oel- und Milchmasse
von $^1/_{10}$, $^1/_5$, $^1/_2$ und 1 Liter
Wurstplatten
Speise- u. Käseglocken
Lampen und Laternen
Confiseriegläser
Bindfadenkörbe
Scheeren
Schirmständer
Schreibmaterial
Kleinwerkzeug
Schaukästen
Patentkistenöffner

Zuckermesser
Käsemesser
Kästücher
Handtücher
Sauerkraut-Gabeln
Email-Trichter für Essig
Trichter für Oel
Waren-Schaufeln
Mehl-Schaufeln
Fett-Schaufeln
Cacao-Löffel
Fleischmesser
Fleisch-Hacken
Geldkassetten
Ladentischaufsätze für Cigarren etc.
Pfeiffenständer
Messapparate etc.
Eisschränke
Fasspumpen

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel
Abteilung Kolonialwaren

Den tit. Vereinsverwaltungen bringen wir unsere

RÖSTKAFFEE

offen, gemahlen und verpackt in empfehlende Erinnerung.

A. Gebrannte Kaffee, flachbohnig:

Extra kräftige Mischung A

Kräftige, billige Mischung 000

Südamerikan. Mischung No. 00

Feine Zentralamerika-Mischung No. 0

Kräftige, ausgiebige Mischung No. 1

Feine und kräftige Mischung No. 2

Feine Malabar-Mischung B

B. Gebrannte Perl-Kaffee:

kräftige Salvador-Perl-Mischung No. 6, milde südamerikanische Perl-Mischung No. 7, hochfeine ausgiebige Malabar-Perl-Mischung No. 9

Es empfiehlt sich, die Röstkaffee in Dütenpackung zu beziehen

Unsere Röstkaffee *nehmen bei gleichen Preisen punkto Qualität den Kampf mit jedem Konkurrenzprodukte auf.*